



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Menurut Dawson (2007, hlm. 14), metodologi penelitian adalah prinsip pendekatan yang digunakan untuk memperdalam topik penelitian. Metode penelitian dibagi menjadi dua, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang mengeksplor perilaku, kebiasaan, dan pengalaman untuk mendapatkan opini secara mendalam dari peserta. Metode penelitian kualitatif adalah pengujian teori dengan menganalisis variabel statistik yang dapat diukur seperti kuesioner. Penulis melakukan metode secara kualitatif (wawancara dan studi eksisting) dan kuantitatif (kuesioner). Wawancara dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai tingkat minat *dark tourism* di Jakarta. Kuesioner dilakukan untuk mengetahui potensi *dark tourism* dan *dark history* kota Jakarta. Pengumpulan data didokumentasikan melalui foto dan rekaman suara. Studi eksisting dilakukan untuk membandingkan media informasi seputar *dark tourism* yang sudah ada.

3.1.1. Wawancara

Menurut Dawson (2007, hlm. 27-29), wawancara terdiri atas tiga jenis, yaitu wawancara tidak terstruktur, semi-terstruktur, dan terstruktur. Penulis melakukan wawancara semi-terstruktur karena penulis mengajukan pertanyaan yang sudah direncanakan sebelumnya. Wawancara dilakukan kepada 2 narasumber yaitu Dinas

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta dan Akademisi Departemen Sejarah Fakultas Ilmu dan Budaya Universitas Indonesia (FIB UI).

3.1.1.1. Wawancara dengan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) DKI Jakarta

Wawancara dilakukan penulis dengan Tetta Riyani selaku Manajer Destinasi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) dan dibantu dengan Bowo Pranoto selaku Staff Data dan Informasi, untuk mendapatkan data mengenai potensi wisata sejarah di Jakarta saat ini. Wawancara dilakukan pada tanggal 20 Februari 2020, di Gedung B Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.



Gambar 3.1. Foto Penulis dengan Tetta Riyani

Dari hasil wawancara yang dilaksanakan, penulis mendapatkan informasi bahwa saat ini pemerintah tidak melabeli kegiatan berkunjung ke situs sejarah kelam dengan istilah *dark tourism* karena kesan seram yang berkembang di masyarakat, sedangkan pemerintah lebih fokus

mengembangkan pariwisata dengan pasar yang lebih luas dan dapat dinikmati banyak kalangan. Oleh karena itu, pemerintah belum mengembangkan wisata *dark tourism* di Jakarta. Namun, komunitas sejarah di Jakarta mulai menyelenggarakan kegiatan *dark tourism* dan memiliki peminat yang cukup tinggi. Beliau juga menambahkan, kegiatan ini legal dilakukan walaupun tidak resmi dari pemerintah.

Tetta Riyani berpendapat bahwa butuh *guideline* narasi untuk setiap tempat wisata sejarah kelam, karena dikhawatirkan akan berkembang menjadi mitos-mitos yang sifatnya mistis dan tidak sesuai dengan sejarah aslinya. Dibutuhkan media yang dapat memberikan informasi mengenai sejarah situs kelam agar informasi yang dikenal masyarakat dapat diluruskan dan tidak berkembang menjadi narasi baru. Selain itu, Tetta juga menyatakan bahwa dalam pembuatan panduan wisata perlu memperhatikan 3A yaitu atraksi, amenitas, dan aksesibilitas. Bowo juga berharap sejarah bisa divisualisasikan agar tidak hanya hadir dalam bentuk cerita, tapi juga bisa mendapatkan gambaran kejadian secara lebih nyata.

Kesimpulan yang penulis dapat dari wawancara ini adalah Dark Tourism di Jakarta saat ini belum dikembangkan oleh pemerintah, namun komunitas sejarah di Jakarta mulai menyelenggarakan kegiatan yang berhubungan karena peminatnya yang cukup banyak. Pemerintah mengaku sejarah kelam penting diketahui masyarakat, hanya saja perlu ada *guidelines* narasi agar cerita tidak berkembang jauh dari sejarah aslinya.

3.1.1.1. Wawancara dengan Akademisi Departemen Sejarah Fakultas Ilmu dan Budaya Universitas Indonesia (FIB UI)

Wawancara dilakukan dengan R. Achmad Sunjayadi, S.S., M. Hum., selaku akademisi dari FIB UI. Wawancara dilakukan pada tanggal 19 Februari 2020 di Gedung 3 FIB UI. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai *dark tourism* Jakarta dalam sudut pandang sejarah, karena Bapak Achmad memiliki latar belakang sebagai akademisi pariwisata juga sejarah.



Gambar 3.2. Foto Penulis dengan Achmad Sunjayadi

Dari proses wawancara yang dilakukan, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa karakteristik dari *dark tourism* adalah perjalanan ke suatu tempat wisata yang memiliki nilai sejarah gelap (*dark history*) yang ditampilkan melalui atraksi atau koleksi yang dipamerkan. *Dark tourism* adalah wisata minat khusus sehingga tergolong bukan wisata wajar yang bisa dinikmati semua orang karena sifatnya yang menimbulkan kegelisahan, berbeda dengan tempat rekreasi yang kita kenal untuk relaksasi dan sifatnya menyenangkan. Dalam konteks sejarah, kegiatan wisata *dark tourism*

bermanfaat untuk merawat ingatan atau memori kolektif, memperkaya wawasan, dan sebagai sumber refleksi dari suatu peristiwa. Achmad juga menjelaskan bahwa sejarah kelam Jakarta penting untuk diketahui masyarakat Jakarta karena sejarah kelam membantu kita untuk refleksi diri agar tidak mengulang atau mengalami hal yang sama, belajar untuk menghadapi kegagalan tersebut, serta berdamai dengan masa lalu.

Achmad juga mengungkapkan saat ini di Indonesia memang belum di fasilitasi pemerintah seperti di luar negeri, walaupun potensinya ada. Saat ini, *dark tourism* di Indonesia masih dikelilingi cerita mistis yang berkembang di masyarakat, bukan populer karena sejarahnya. Dalam menjabarkan informasi mengenai sejarah kelam Jakarta, perlu dipetakan periodenya agar pembaca bisa melihat perjalanan kota Jakarta secara kronologis sehingga dapat melihat potensi situs-situs *dark tourism*, misalnya mulai dari abad 17 saat kolonialisme.

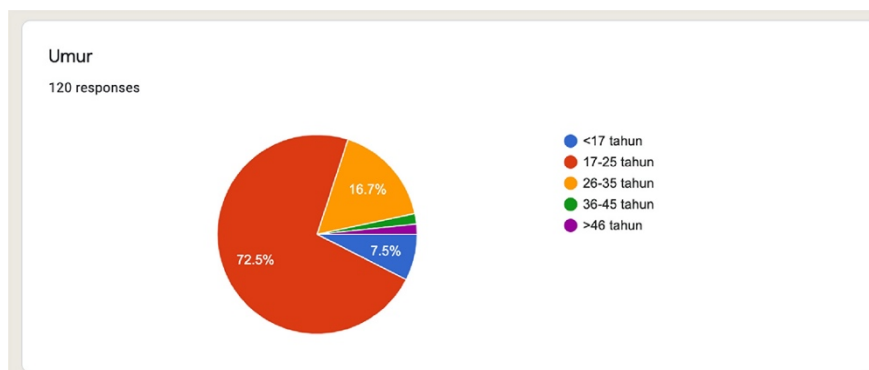
Kesimpulan dari hasil wawancara ini adalah bahwa walaupun *dark tourism* bukan tergolong wisata yang wajar, namun karena berhubungan erat dengan sejarah kelam, sehingga perlu diketahui keberadaannya oleh masyarakat agar sejarah itu tidak terlupakan.

3.1.2. Kuesioner

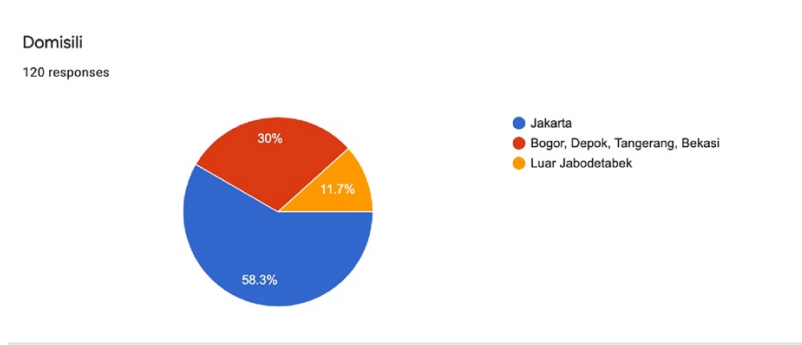
Dawson (2007) menjelaskan ada tiga tipe kuesioner, yaitu *closed-ended*, *open-ended*, dan kombinasi keduanya. Penulis menggunakan kuesioner *closed-ended*

karena data didapatkan melalui daftar pertanyaan yang dibagikan melalui Google Forms.

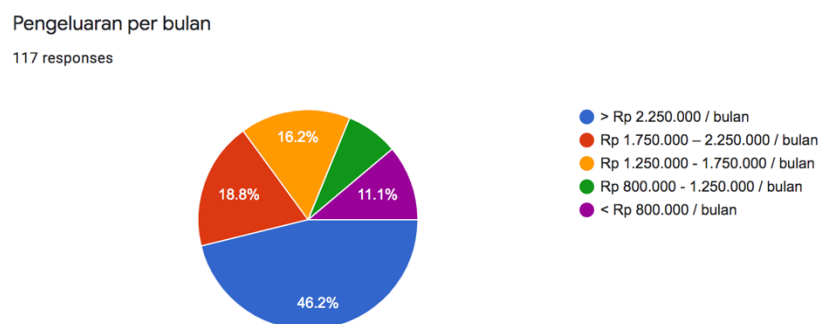
Penulis menggunakan metode Solvin untuk menghitung jumlah sampel. Setelah dihitung dengan derajat ketelitian 10%, ditentukan sampel sebanyak 99 responden. Penulis kemudian membagikan kuesioner kepada 120 responden secara *online* untuk mendapat data mengenai minat masyarakat terhadap *dark tourism* di Jakarta. Penulis menyebarkan kuesioner pada tanggal 17 Februari 2019 – 27 Februari 2019. Hasil pengumpulan data adalah sebagai berikut:



Pertanyaan ini dilakukan untuk mengetahui rentang umur responden. Menurut hasil kuesioner, pengisi responden terbanyak adalah berumur 17-25 tahun sebanyak 72,5% atau 87 orang. Selanjutnya, dari kalangan umur 26-35 tahun sebanyak 16,7% atau 20 orang, kalangan umur di bawah 17 tahun sebanyak 7,5% atau 9 orang. Terakhir, dari kalangan umur 36-45 tahun dan di atas 45 tahun masing-masing sebanyak 1,7% atau 2 orang.

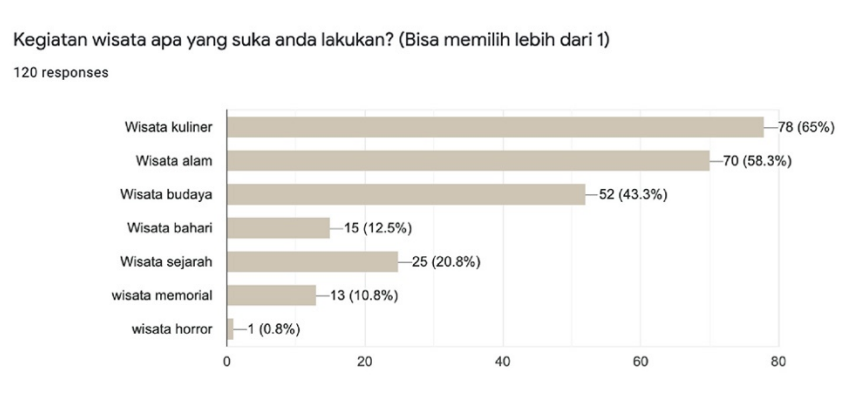


Pertanyaan mengenai domisili dilakukan untuk mengetahui tempat tinggal responden saat ini. Berdasarkan hasil kuesioner, domisili dengan responden terbanyak berasal dari Jakarta yaitu sebanyak 58,3% atau 70 orang. Disusul dari Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi sebanyak 30% atau 36 orang. Terakhir, paling sedikit dari luar Jabodetabek sebanyak 11,7% atau 14 orang.



Pertanyaan mengenai pengeluaran per bulan dilakukan untuk mengetahui status ekonomi sosial responden. Pengisi terbanyak memiliki pengeluaran diatas Rp 2.250.000 per bulan sebanyak 45% atau 54 orang. Selanjutnya, 18,3% atau 22 orang memiliki pengeluaran Rp 1.750.000 – 2.250.000 per bulan. Lalu 15,8% atau 19 orang memiliki pengeluaran Rp 1.250.000 – 1.750.000 per bulan. Kemudian 13,3% atau 16 orang memiliki pengeluaran dibawah Rp 800.000 per bulan.

Terakhir, 7,5% atau 9 orang memiliki pengeluaran Rp 800.000 – 1.250.000 per bulan.

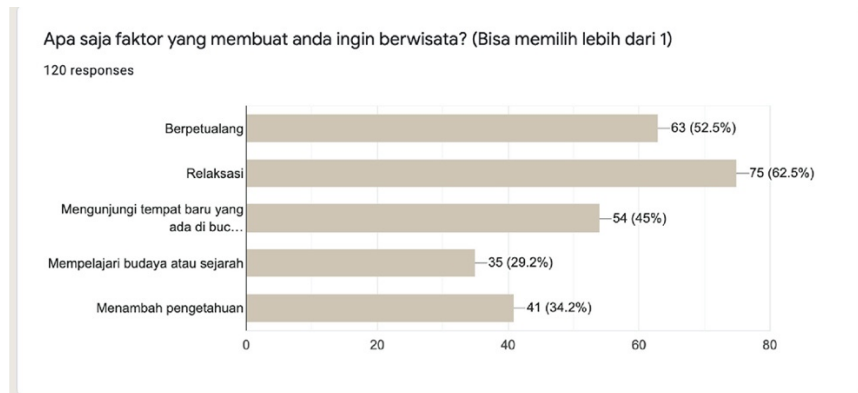


Pertanyaan ini dilakukan untuk mengetahui jenis wisata apa yang paling disukai responden. Menurut hasil kuesioner, wisata kuliner merupakan kegiatan wisata yang paling disukai, yaitu sebanyak 65%. Selanjutnya, wisata alam sebanyak 58,3%, wisata budaya sebanyak 43,3%, wisata sejarah sebanyak 20,8%, wisata bahari sebanyak 12,5%, wisata memorial sebanyak 10,8%, dan wisata horror sebanyak 0.8%.



Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa sering responden melakukan kegiatan wisata per tahunnya. Jawaban terbanyak adalah 1-3 kali per tahun sebesar 51,7% atau 62 orang. Selanjutnya sebanyak 3-5 kali per tahun

sebanyak 32,5% atau 39 orang dan lebih dari 5 kali per tahun sebanyak 15,8% atau 19 orang.



Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui motivasi responden dalam berwisata. Jawaban terbanyak adalah relaksasi sebanyak 62,5%. Selanjutnya, berpetualang sebanyak 52,5%, mengunjungi tempat baru sebanyak 45%, menambah pengetahuan sebanyak 29,2%, dan terakhir mempelajari budaya atau sejarah sebanyak 29,1%.

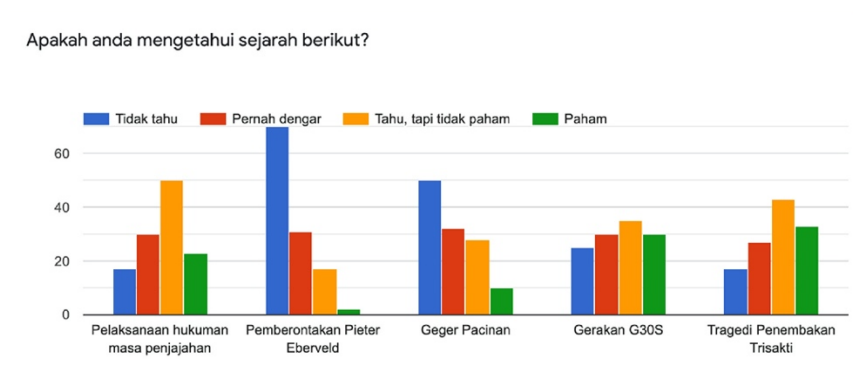


Pertanyaan ini dilakukan untuk mengetahui intensitas responden dalam melakukan wisata sejarah. Sebanyak 65,8% atau 79 responden menjawab pernah berwisata sejarah tapi jarang melakukannya. Kemudian, sebanyak 26,7% atau 32

orang menjawab tidak pernah berwisata sejarah dan sebanyak 7,5% atau 9 orang sering melakukan wisata sejarah.



Pertanyaan ini dilakukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang sejarah dari tempat yang mereka kunjungi ketika berwisata. Hasil kuesioner menyatakan sebanyak 46,7% atau 56 orang menjawab tidak tahu sejarahnya. Kemudian 38.3% atau 46 orang tidak yakin atau ragu, dan sebanyak 15% atau 18 orang menjawab tahu sejarahnya.



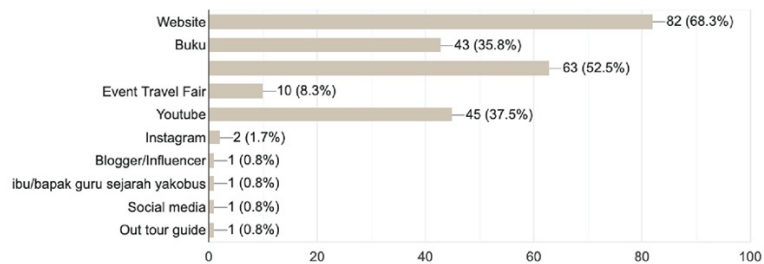
Sedangkan untuk pengetahuan responden terhadap sejarah kelam di Jakarta, penulis menyediakan 5 sejarah kelam Jakarta sebagai sampel kepada responden, yaitu pelaksanaan hukuman mati masa kolonialisme, pemberontakan Pieter

Eberveld, geger pacinan, gerakan G30S, dan tragedi penembakan Trisakti. Dari hasil kuesioner, sejarah Pemberontakan Pieter Eberveld paling tidak diketahui masyarakat, karena hanya 17 orang yang tahu dan 2 orang yang paham, sisanya menjawab hanya pernah dengar (31 orang) dan tidak tahu (70 orang). Kemudian, disusul geger pacinan yaitu 28 orang tahu dan 10 orang paham, sisanya menjawab hanya pernah dengar (32 orang) dan tidak tahu (50 orang). Sejarah G30S diketahui sebanyak 35 orang dan 30 orang paham, sisanya menjawab hanya pernah dengar (30 orang) dan tidak tahu (25 orang). Tragedi penembakan Trisakti diketahui 43 orang dan dipahami 33 orang, sisanya menjawab hanya pernah dengar (27 orang) dan tidak tahu (17 orang). Terakhir, sejarah pelaksanaan hukuman masa penjajahan diketahui 50 orang dan dipahami 23 orang, sisanya menjawab hanya pernah dengar (30 orang) dan tidak tahu (17 orang).

Bila jawaban ditotal berdasarkan tingkat pengetahuan, maka ada 179 jawaban tidak tahu, 150 jawaban pernah dengar, 173 jawaban tahu, dan 98 jawaban paham. Kesimpulan dari hasil ini adalah masih banyak responden yang tidak tahu pasti dan hanya sebatas pernah dengar tentang sejarah kelam Jakarta yang dijadikan sampel.

Ketika anda ingin melakukan perjalanan wisata, darimana anda biasanya mendapatkan informasi mengenai tempat wisata tersebut?

120 responses

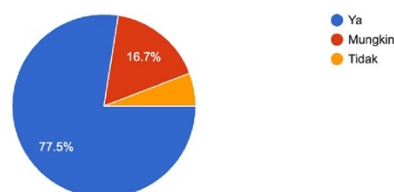


Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui darimana responden biasanya mendapatkan informasi mengenai perjalanan wisata yang akan mereka lakukan. Berdasarkan hasil, paling banyak yaitu *website* (68.3% atau 82 orang), kemudian dari *word of mouth* (52,5% atau 63 orang), Youtube (37,5% atau 45 orang), buku (35,8% atau 43 orang), acara Travel Fair (8.3% atau 10 orang), sisanya ada yang menjawab dari sekolah, media sosial, dan *tour guide*.

Dark Tourism adalah konsep wisata yang berkaitan dengan perjalanan wisata ke lokasi yang memiliki sejarah peristiwa yang membawa tragedi, kejahatan, dan atau kematian (Kartum Setiawan, 2013).

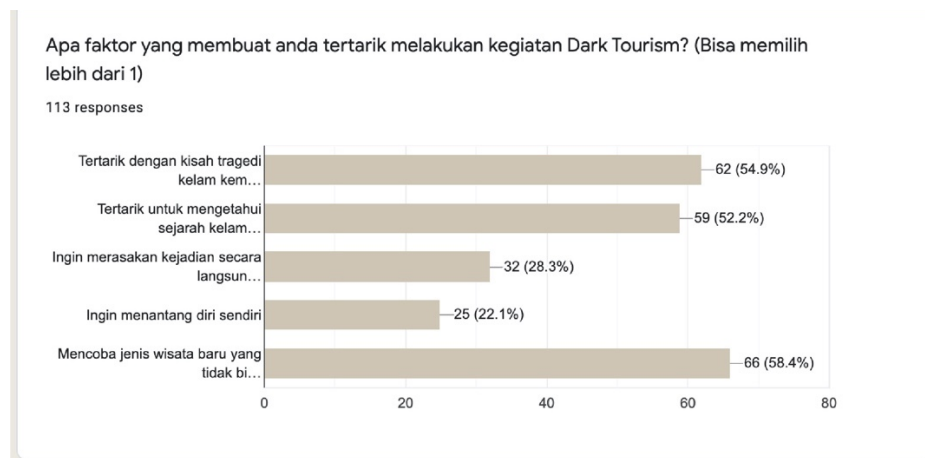
Apakah anda tertarik melakukan kegiatan wisata Dark Tourism?

120 responses



Pertanyaan ini bertujuan untuk memahami seberapa besar daya tarik masyarakat terhadap kegiatan wisata *dark tourism*. Hasil menyatakan 77,5% atau 93 responden tertarik untuk melakukan, 16,7% atau 20 orang responden masih ragu,

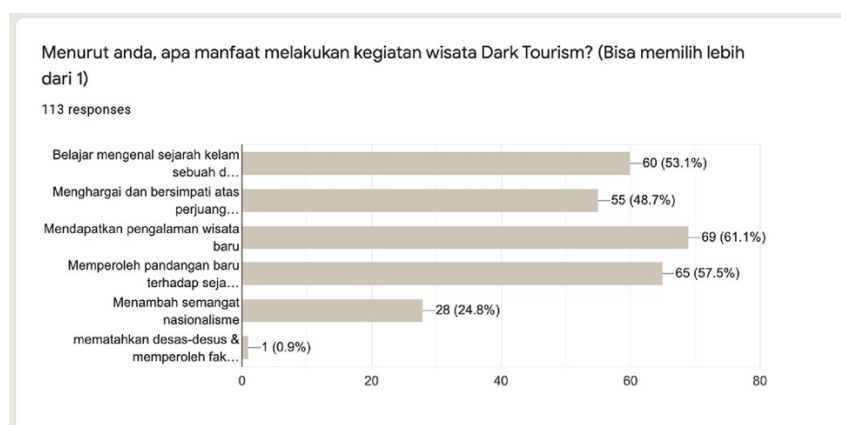
dan 5,8% atau 7 orang tidak tertarik dengan wisata *dark tourism*. Responden yang menjawab tertarik dan mungkin tertarik akan melanjutkan pertanyaan ke halaman selanjutnya, sedangkan responden yang menjawab tidak tertarik, tidak melanjutkan menjawab pertanyaan lagi.



Pertanyaan ini bertujuan untuk memahami motivasi responden yang tertarik melakukan kegiatan *dark tourism*. Hasil kuesioner menyatakan bahwa, sebanyak 58,4% responden ingin mencoba jenis wisata baru yang tidak biasa, sebanyak 54,9% responden tertarik dengan kisah tragedi kelam kemanusiaan, 52,2% responden tertarik mengetahui sejarah kelam suatu wilayah, 28,3% responden ingin merasakan kejadian secara langsung di tempatnya, dan 22,1% ingin menantang diri sendiri.



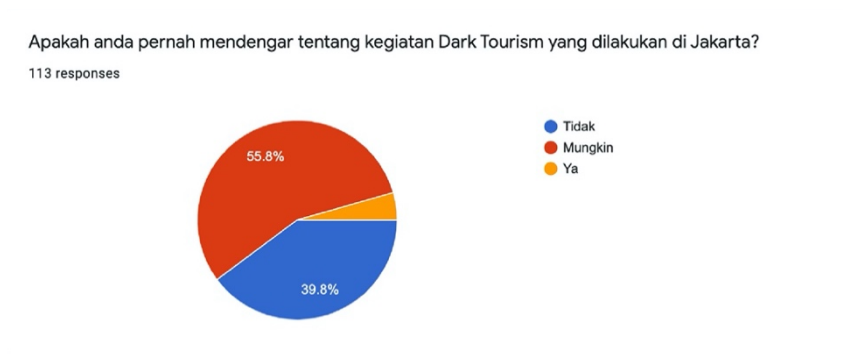
Pertanyaan ini dilakukan untuk mengetahui daya tarik apa yang paling diminati dari suatu situs wisata kelam yang membuat responden ingin berkunjung ke sana. Hasil menunjukkan bahwa sejarah kelam tempat bersangkutan dinilai sangat penting (45 orang), penting (55 orang), dan tidak penting (13 orang). Selanjutnya, keadaan atau kondisi tempat tersebut dinilai sangat penting (56 orang), penting (55 orang), dan tidak penting (2 orang). Aksesibilitas dinilai sangat penting (48 orang), penting (53 orang), dan tidak penting (12 orang). *Tour guide* dinilai sangat penting (49 orang), penting (49 orang), dan tidak penting (15 orang). Terakhir, atraksi dari suatu tempat dinilai sangat penting (47 orang), penting (53 orang), dan tidak penting (13 orang).



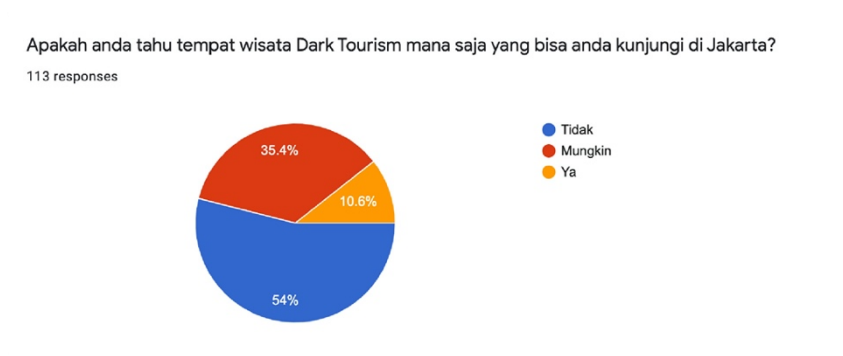
Pertanyaan ini dilakukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang manfaat melakukan kegiatan *dark tourism*. Jawaban terbanyak yaitu mendapatkan pengalaman wisata baru sebanyak 61,1%, kemudian memperoleh pandangan baru terhadap sejarah sebanyak 57,5%, belajar mengenal sejarah kelam sebanyak 53,1%, menghargai dan bersimpati atas jasa korban sebanyak 48,7%, menambah semangat nasionalisme sebanyak 24,8%, dan mematahkan desas-desus serta memperoleh fakta sebanyak 0,9%.



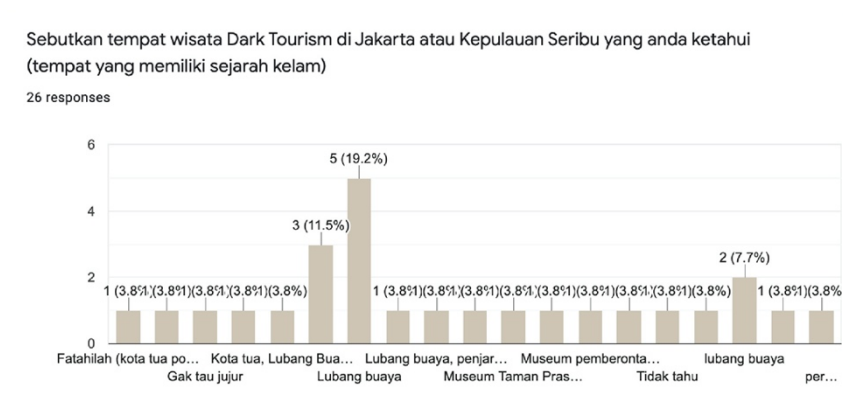
Pertanyaan ini dilakukan untuk mengetahui kesadaran masyarakat akan pentingnya wisata *dark tourism* di Jakarta. Sebanyak 91,2% atau 103 orang menjawab *dark tourism* perlu dikembangkan, sisanya 8% atau 9 orang masih ragu, dan 0,9% atau 1 orang menjawab tidak perlu dikembangkan.



Pertanyaan ini dilakukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang acara atau kegiatan wisata yang berhubungan dengan *dark tourism* di Jakarta saat ini. Hasil menunjukkan bahwa 55,8% atau 63 responden tidak tahu pasti akan kegiatan yang ada, 39,3% atau 45 responden menjawab tidak tahu kegiatan tersebut, dan 4,4% atau 5 responden tahu tentang kegiatan *dark tourism* di Jakarta.



Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pengetahuan responden tentang tempat wisata yang berpotensi *dark tourism* di Jakarta. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 54% tidak tahu tentang keberadaannya, 35,4% tidak yakin, dan 10,6% tahu mana tempat yang bisa dikunjungi di Jakarta.



Penulis mengajukan pertanyaan terakhir yang sifatnya tidak wajib, bertujuan untuk mengetahui tempat-tempat mana saja di Jakarta yang responden ketahui berpotensi *dark tourism*. Setelah dianalisis, responden yang menjawab diurutkan dari jawaban terbanyak adalah Museum Pancasila Sakti, Museum Sejarah Jakarta dan sekitar Kota Tua, Taman Prasasti, Benteng Martello, Tanah Abang, dan tempat angker.

3.1.3. Kuesioner Lanjutan

Penulis melakukan kuesioner lanjutan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pengetahuan masyarakat Jakarta terhadap sejarah kelam di Jakarta. Kuesioner ini dibuat dengan mencantumkan pertanyaan tentang sejarah Jakarta secara lebih rinci, sehingga dapat terlihat seberapa jauh masyarakat memahami sejarah kotanya. Kuesioner dilakukan secara *online* kepada 111 responden sejak tanggal 16-22 Maret 2020. Penulis mengambil data dari responden dengan domisili utama di daerah Jakarta (79 orang), Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi (25 orang), dan luar Jabodetabek (7 orang). Umur rata-rata responden adalah 17-25 tahun (60 orang) dan 26-35 tahun (33 orang).



Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui situs wisata Jakarta yang berindikasi *dark tourism* mana saja yang pernah dikunjungi responden. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa Museum Sejarah Jakarta adalah situs wisata yang paling banyak dikunjungi, disusul dengan Museum Pahlawan Revolusi (Lubang Buaya), dan situs wisata yang paling jarang dikunjungi adalah Vihara Dharma Bhakti/Toasebio.



Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang perubahan nama dalam tragedi Gerakan 30 September yang tadinya bernama G30S/PKI. Hasil kuesioner menunjukkan 84 orang tidak tahu tentang hal tersebut dan 27 orang tahu.



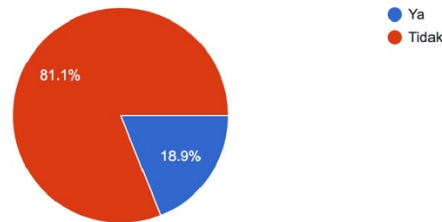
Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang fungsi lonceng yang ada di atas menara Museum Sejarah Jakarta. Hasil kuesioner menunjukkan 94 orang tidak tahu tentang hal tersebut dan 17 orang tahu.



Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tragedi pembantaian 10.000 orang tionghoa atau yang dikenal dengan Geger Pecinan. Hasil kuesioner menunjukkan 89 orang tidak tahu tentang hal tersebut dan 22 orang tahu.

Apakah anda tahu kisah 3 pahlawan Indonesia yang pernah ditahan di penjara bawah tanah?

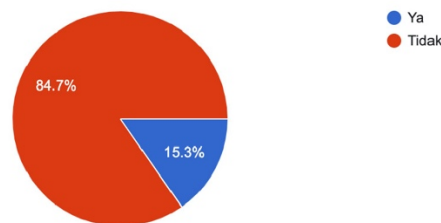
111 responses



Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang penjara bawah tanah yang ada di Museum Sejarah Jakarta. Hasil kuesioner menunjukkan 90 orang tidak tahu tentang hal tersebut dan 21 orang tahu.

Apakah anda tahu dimana peti asli bekas jenazah Bung Karno dan Bung Hatta berada saat ini?

111 responses

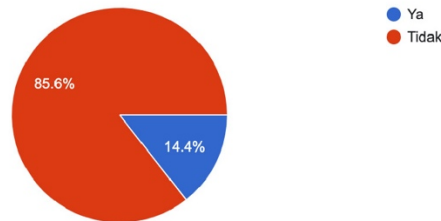


Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang peti jenasah Bung Karno dan Bung Hatta yang saat ini berada di Museum Taman Prasasti. Hasil kuesioner menunjukkan 94 orang tidak tahu tentang hal tersebut dan 17 orang tahu.

Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang peti jenasah Bung Karno dan Bung Hatta yang saat ini berada di Museum Taman Prasasti. Hasil kuesioner menunjukkan 94 orang tidak tahu tentang hal tersebut dan 17 orang tahu.

Apakah anda mengetahui kisah Pemberontakan Pieter Eberveld yang dihukum mati dengan hukuman pecah kulit?

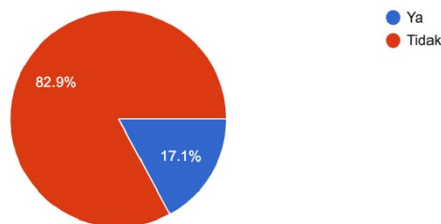
111 responses



Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang kisah hukuman mati terkejam yang dialami oleh Pieter Elberveld. Hasil kuesioner menunjukan 95 orang tidak tahu tentang hal tersebut dan 16 orang tahu.

Apakah anda tahu tentang pulau di Kepulauan Seribu yang digunakan untuk mengkarantina jemaah haji saat masa kolonial Belanda?

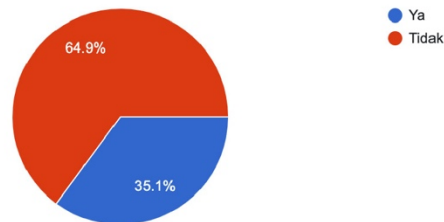
111 responses



Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang kisah kepulauan Onrust yang pernah dijadikan sebagai tempat karantina, rumah sakit, penjara, bahkan kuburan. Hasil kuesioner menunjukan 92 orang tidak tahu tentang hal tersebut dan 19 orang tahu.

Apakah anda tahu tentang tragedi penembakan oleh aparat negara yang menewaskan setidaknya 32 korban (diantaranya ada mahasiswa) dan lebih dari 1000 korban luka-luka selama tahun 1998-1999?

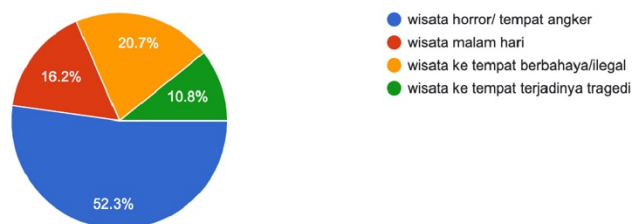
111 responses



Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang tragedi Trisakti yang menelan banyak korban pada tahun 1998. Hasil kuesioner menunjukkan 72 orang tidak tahu tentang hal tersebut dan 39 orang tahu.

Ketika anda mendengar kata 'Dark Tourism', apa yang ada di benak anda?

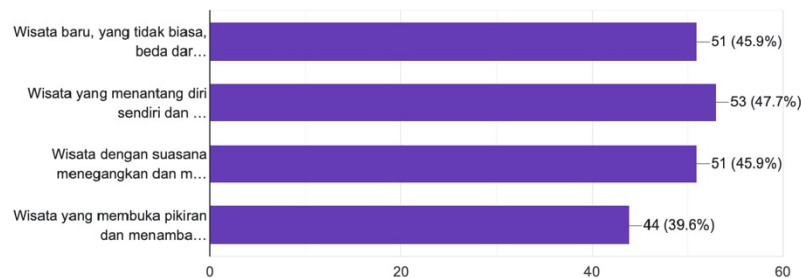
111 responses



Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pandangan atau impresi masyarakat ketika mendengar kata 'Dark Tourism'. Hasil kuesioner menunjukkan 52,3% responden menjawab *dark tourism* adalah wisata horor, 20,7% responden menjawab wisata ke tempat berbahaya, 16,2% responden menjawab wisata malam hari, dan 10,8% responden menjawab wisata ke tempat terjadinya tragedi.

Anda berwisata ke tempat yang berhubungan dengan kematian, penyiksaan, bencana, atau tragedi. Apa yang anda harapkan dari perjalanan tersebut?

111 responses



Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui harapan responden ketika mengunjungi tempat terindikasi *dark tourism*. Hasil kuesioner menunjukkan 45,9% responden ingin mendapat pengalaman wisata yang baru dan berbeda dari yang pernah ada, 47,7% menjawab ingin wisata yang menantang, 45,9% menjawab wisata dengan suasana menegangkan, dan 39,6% menjawab wisata yang membuka pikiran dan menambah wawasan.

3.1.4. Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan penulis terhadap beberapa *website* darktourists.com yaitu situs pariwisata *dark tourism*. Studi ini dilakukan sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan untuk mengetahui bagaimana media yang sudah ada sebelumnya, terutama dari segi konten dan informasi yang disediakan.



Gambar 3.3. Website darktourists.com

Website ini menjelaskan tentang *dark tourism* dari seluruh situs kelam terkenal yang ada di dunia. Pada *home page*, terdapat penjelasan mengenai pengenalan apa itu *dark tourism*, peraturan yang harus dijalankan, dan tips melakukan *dark tourism*. *Dark tourism* dibagi per kategori, mulai dari bencana, kuburan, genosida, pembunuhan, komunisme, dan lainnya. Dari sisi visualnya, foto-foto yang ditampilkan beresolusi tinggi sehingga terlihat jelas, namun kurang menjelaskan situs kelam yang dimaksud serta daya tariknya. Web juga cenderung terlihat seperti *blog* yang memuat banyak tulisan berparagraf panjang sehingga kurang nyaman dibaca terlalu lama. Visual yang ditampilkan juga kurang menggambarkan *dark tourism*.

3.1.5. Studi Eksisting

Studi referensi dilakukan untuk mendapatkan referensi mengenai gaya visual yang bisa diterapkan atau dihindari saat penulis melakukan perancangan website. Penulis menetapkan Canals-amsterdam.nl sebagai website yang dijadikan referensi.

Website ini dibuat oleh Marcus Brown dan di-*develop* oleh Aristide Benoist. Penulis memilih website ini karena website ini memiliki kesamaan seperti website yang ingin penulis buat, yaitu menceritakan tentang perjalanan sejarah dan perkembangan dari kanal di Amsterdam, Belanda.



Gambar 3.4. *Website canals-amsterdam.nl*

Berbeda dengan *website* pada umumnya, dimana biasanya *user* akan melakukan *scrolling* secara vertikal ke atas dan bawah, justru pada *website* ini user melakukan *scrolling* secara *horizontal* atau menyamping seperti membaca buku. Perpaduan warna akromatik seperti hitam, abu-abu, dan putih sangat terlihat, namun dipadukan dengan warna merah terang memberi kesan intens sehingga tetap menarik dan tidak membosankan.



Gambar 3.5. Halaman dalam *website* canals-amsterdam.nl
(Brown, 2020)

Saat menceritakan sejarah, *website* menampilkan foto-foto yang komposisinya memenuhi hampir setengah bahkan seluruh layar. Tidak hanya menampilkan foto masa lalu dengan *tone* warna hitam dan putih, tapi juga foto masa kini dengan *full* warna sehingga kontrasnya terlihat menarik. *Website* dibangun dengan animasi *motion* sehingga menarik perhatian dan tidak bosan untuk terus dibaca, namun *website* jadi lebih berat untuk diakses. Selain foto dan warna yang menciptakan kontras, permainan tipografi dengan ukuran yang sangat besar dan kecil juga membuat komposisi keseimbangan asimetris. *Website* ini juga menjaga kesinambungan antar elemen-elemen grafis di setiap halaman *website* sehingga tercipta kesatuan yang harmonis. Warna background juga di sesuaikan dengan warna teksnya dengan baik sehingga user tidak Lelah meski harus membaca paragraf yang cukup panjang.

3.2. Metodologi Perancangan

Dalam merancang media informasi *dark tourism* Jakarta, penulis menggunakan metode perancangan Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions* (2014, hlm. 73-89) yang terdiri dari lima tahapan:

3.2.1. Orientasi

Tahap orientasi adalah dimana desainer belajar untuk mengenali lebih dalam tentang masalah desain yang dihadapi dan harus diselesaikan. Sebelum memasuki tahap sketsa, informasi mengenai proyek harus dikumpulkan sebanyak-banyaknya. Dalam tahap ini, ada beberapa pertanyaan yang harus dijawab sebagai panduan dasar:

- Apa sifat dasar dari proyek tersebut?
- Apa perannya dalam skema yang lebih luas?
- Siapa target audiensnya?
- Bagaimana relasi proyek ini dengan audiensnya?
- Apakah saat ini terdapat solusi yang sudah ada?
- Bagaimana rencana mulai dari budget, deadline, dan faktor lain?

Menurut Landa (2014, hlm. 75), pada tahap ini desainer harus fokus pada target audiens dan proses pengumpulan informasi. Audiens penting untuk dipelajari karena mereka yang akan menggunakan desain informasi yang kita buat, sehingga apa yang kita buat nantinya harus sesuai dengan kebutuhan mereka. Desainer harus mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dengan cara mempelajari topik

atau subjek proyek yang dikerjakan. Desainer harus fokus mendengar kebutuhan audiens, mengartikannya, dan merefleksikan seluruh informasi yang didapat.

3.2.2. Analisis

Tahap analisis dilakukan setelah mendapatkan dan mempelajari informasi yang telah didapat. Desainer harus menguji setiap bagian kecil dari masalah, menyusunnya dan menorganisasikannya, kemudian mengambil kesimpulan dari analisis yang dilakukan. Selanjutnya, desainer akan menyusun strategi untuk mencari perbedaan dari apa yang sudah ada di pasar saat ini, kemudian mencari cara untuk mengkomunikasikan pesan kepada audiens sesuai tujuan yang dibuat. Strategi kemudian dapat dijabarkan dalam *design brief* yang berisi pertanyaan dan jawaban dengan tujuan untuk mengerti proyek sedalam-dalamnya, tujuan dari proyek tersebut, konteks desainnya, dan target audiens. Design brief dapat menjadi panduan untuk kedepannya selama proses perancangan dan digunakan untuk mendukung konsep atau solusi proyeknya. Dalam penyusunan *design brief*, Landa (2004, hlm. 79) mengenalkan istilah *visual brief collage board* yang berguna untuk merencanakan strategi melalui elemen visual, mulai dari palet warna, gaya fotografi, dan pendekatan grafis lainnya.

3.2.3. Konsep

Konsep dibuat sebagai dasar pembuatan desain agar desainer bisa menentukan keputusan desain. Pembuatan konsep desain membutuhkan analisis, interpretasi, kesimpulan, dan pemikiran reflektif. Menurut Graham Wallas dalam Landa (2014, hlm. 84), ada empat tahapan dalam pembuatan konsep desain:

- *Preparation*

Memeriksa data secara keseluruhan dan melihat hubungan antara tiap elemen, informasi, atau objek.

- *Incubation period*

Waktu dimana desainer mengistirahatkan pikiran dari proyek, pikiran kita akan mengerjakannya untuk kita selama proses ini. Diharapkan melalui proses ini, desainer dapat berpikir lebih tenang dalam menggabungkan ide-ide yang diperoleh.

- *Illumination/conception*

Terkadang ide muncul begitu saja, namun ada beberapa pendekatan yang dapat dilakukan bila ide belum muncul, misalnya dengan mencari ide melalui permainan kata, tema, simbol, literatur, dan sebagainya.

- *Verification*

Ketika konsep sudah didapat, perlu dilakukan evaluasi untuk menguji kreativitas dan fungsionalitas. Konsep biasanya perlu dilakukan perbaikan untuk memastikan dapat dieksekusikan.

3.2.4. Desain

Setelah konsep dibuat, tahap desain dilakukan dengan memvisualisasikannya ke dalam bentuk sketsa sebelum menjadi desain yang nyata.

- *Thumbnail sketches*

Tahapan awal dalam perancangan yaitu *thumbnail sketches* berupa sketsa cepat dan kecil yang digambar dengan tangan. Desainer bisa lebih mengeksplorasi gaya visual disini.

- *Roughs*

Tahap dimana sketsa dibuat lebih besar dan jelas, dengan komposisi dan manipulasi visual yang lebih matang dari sebelumnya. Sketsa dikerjakan sesuai skalanya agar terlihat lebih nyata, walaupun belum final atau selesai.

- *Comprehensives*

Tahap dimana desain sudah difinalisasi dan diproduksi dalam bentuk *mock-up* atau *dummy* sedekat mungkin dengan desain aslinya.

3.2.5. Implementasi

Tahap produksi dimana desain akhir dipersiapkan untuk difinalisasi sesuai dengan media yang direncanakan, entah itu dicetak, *screen-based*, atau *environmental*.

Tahap terakhir ini adalah tahap dimana desainer memastikan hasil desain akhir sesuai keinginan dan meminimalisir kesalahan yang dapat terjadi.